



BBB 23

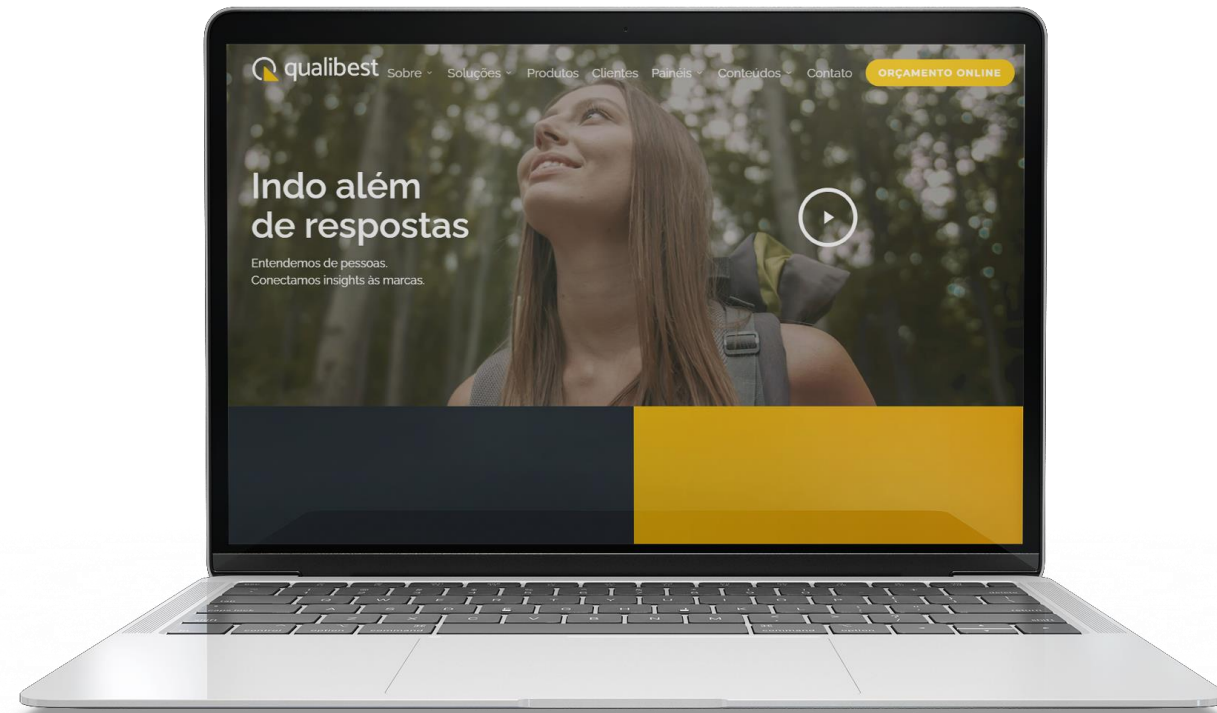
Marcas e ações de marketing
no principal reality show do Brasil.



Conheça o QualiBest

Pioneiro em pesquisas online, **o Instituto QualiBest** acumulou, ao longo de sua história, uma série de ferramentas inovadoras, que vêm transformando a forma de conduzir pesquisa de mercado e com o foco em acompanhar as mudanças de comportamento das pessoas e entender melhor seus hábitos, relações e desejos por meio do painel de pesquisa e outras diversas fontes de dados, estudos Ad Hoc, Quantitativos e Qualitativos.

Com uma **equipe multidisciplinar sob a gestão de profissionais experientes**, apoiamos a tomada de decisões em diferentes setores, nos mais variados estágios de marcas e serviços, orientando o desenvolvimento de ações sob o ponto de vista do próprio consumidor.



www.institutoqualibest.com.br

Contexto

A **23ª edição** do **Big Brother Brasil**, que estreou no dia 16 de janeiro, **rendeu um faturamento recorde para a Globo.**

O **BBB 23** se tornou a **edição** do reality show com **melhor desempenho comercial da história** do programa.

Ao todo, **35 diferentes marcas** participam do **BBB 23**, em diferentes categorias de patrocínio.



Objetivos

Conhecer o perfil dos internautas que assistem o programa, quais fatos marcaram **as edições anteriores** e as **preferências** e opiniões em relação ao **formato atual**.

Medir o **recall** e **engajamento** das **ações de marketing** das **marcas patrocinadoras**, e compra de **produtos licenciados**.



Especificações do projeto

Como?



Metodologia
Quantitativa Online.
Questionário de
autopreenchimento,
estruturado via WEB,
com **painelistas do
Painel QualiBest**

Quando?



Pesquisa realizada
entre os dias **28** de
março a **04** de **Abril**
de 2023.

Onde?



Abrangência
nacional

Quem?



Foram realizadas **1.010**
entrevistas com **homens e**
mulheres 16 anos ou mais,
das classes sociais **ABCDE**,
que costumam
acompanhar o programa
BBB.

Testes estatísticos apontados com 95% de confiança

+X / -X = Diferença estatística em relação ao perfil sinalizado

A margem de erro foi de 3,14 pontos percentuais para o total da amostra, com intervalo de 95% de confiança.

Importante: Perguntas RU que poderiam somar 100%, podem apresentar variação de até 2 p.p. para mais ou para menos, em razão de arredondamentos.



Resultados

6 em cada 10 internautas brasileiros têm acompanhado a edição atual do programa.

62%

costumam assistir ao programa BBB (alguma edição).

59%

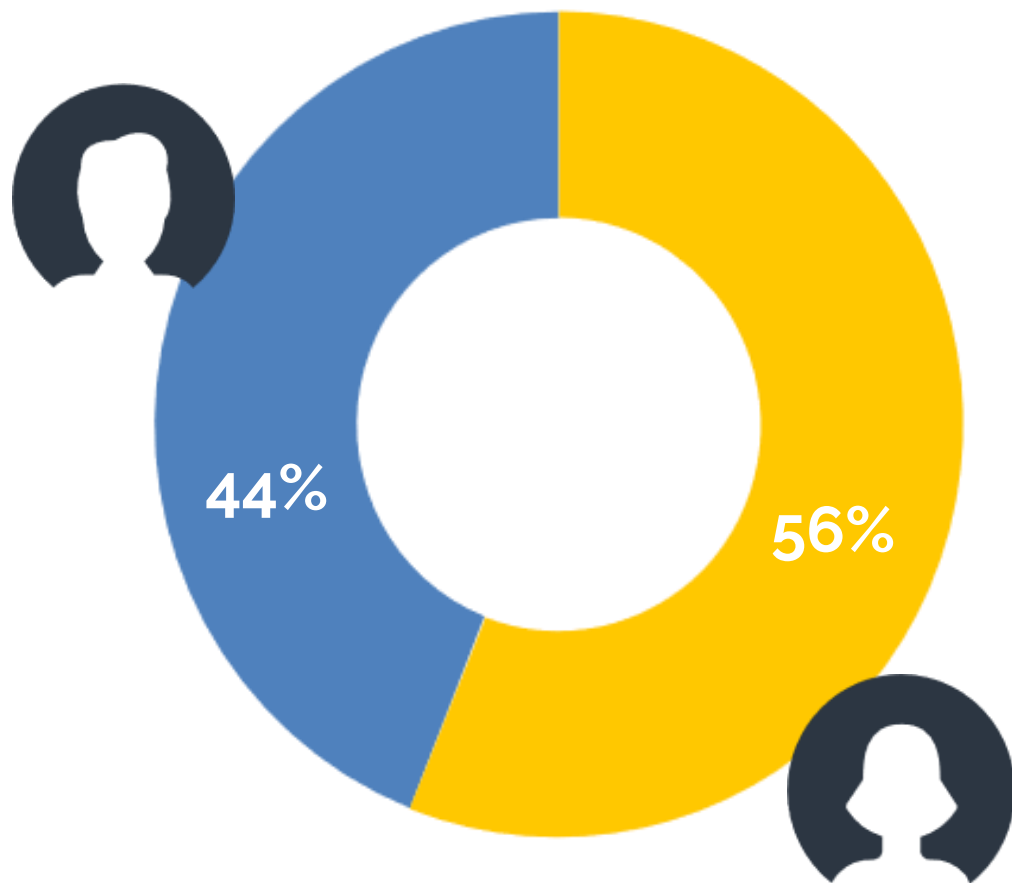
estão acompanhando o BBB 23 atualmente.

Base: 1.619 internautas

7) Você costuma assistir ao programa BIG BROTHER BRASIL, mesmo que de vez em quando? (RU) | 14)
Agora pensando somente no BIG BROTHER BRASIL 2023 (BBB23), você está acompanhando o programa, mesmo que de vez em quando? (RU)



Perfil da Amostra



Base: 1010 respondentes que assistem o BBB
Q1. Sexo/ Q3. Idade/ Q34) Para finalizar, com qual das cores de pele abaixo você mais se identifica?



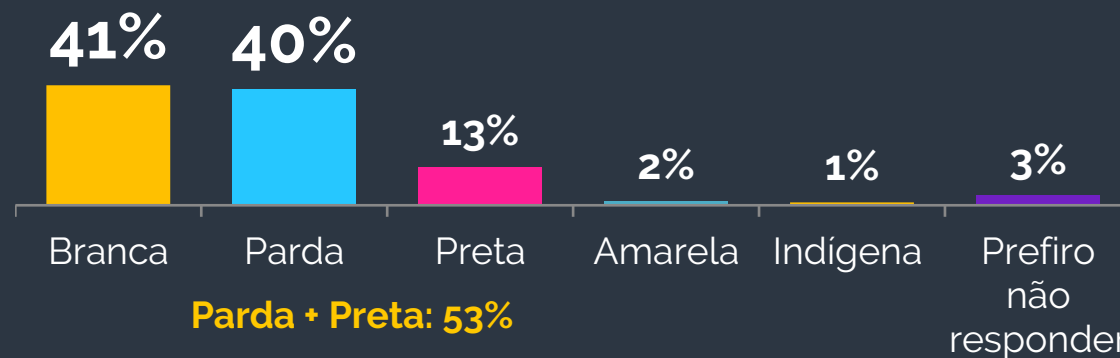
16 a 24 anos – Ger Z **23%**

25 a 39 anos – Ger Y **34%**

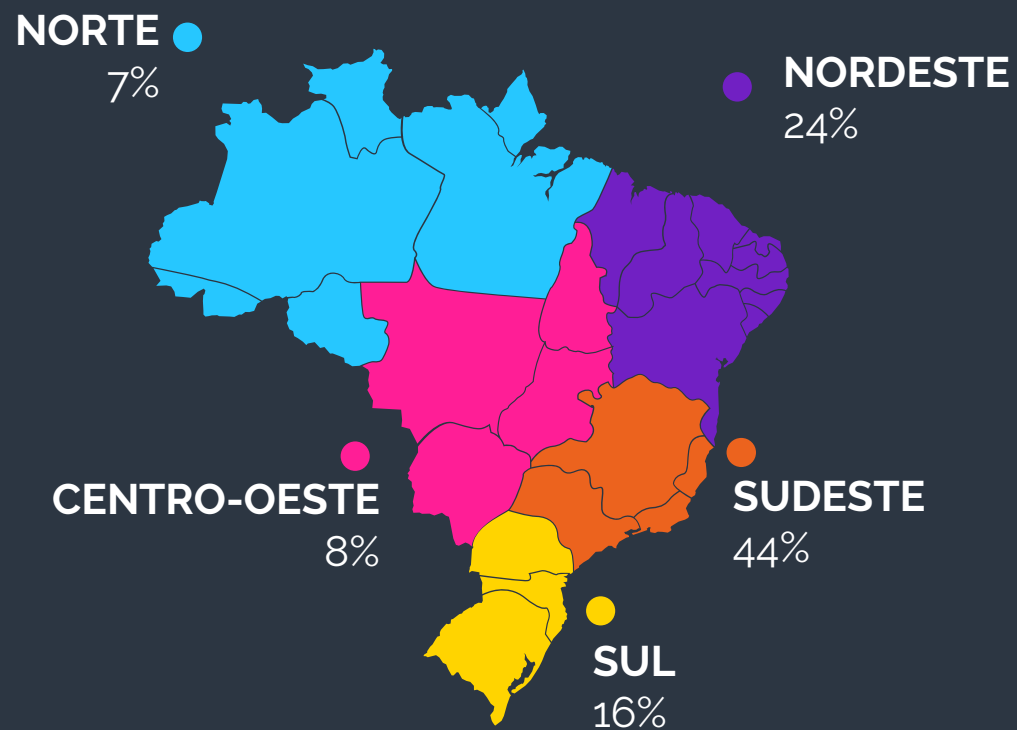
40 a 59 anos – Ger X **32%**

60 anos ou mais **11%**

37,3 anos
Média



Região



Base: 1010 respondentes que assistem o BBB
Q4. Classe social/ Q6. Região

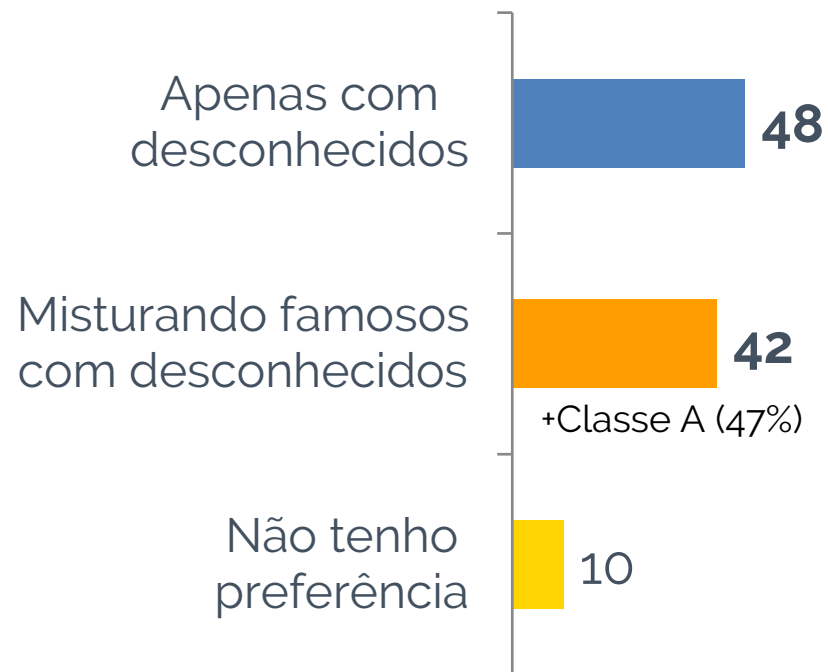
Classe Social

Classe A	9%
Classe B	37%
Classe C	44%
Classe DE	10%

O programa é visto por todos os perfis da população internauta e agrada de Norte a Sul do país.

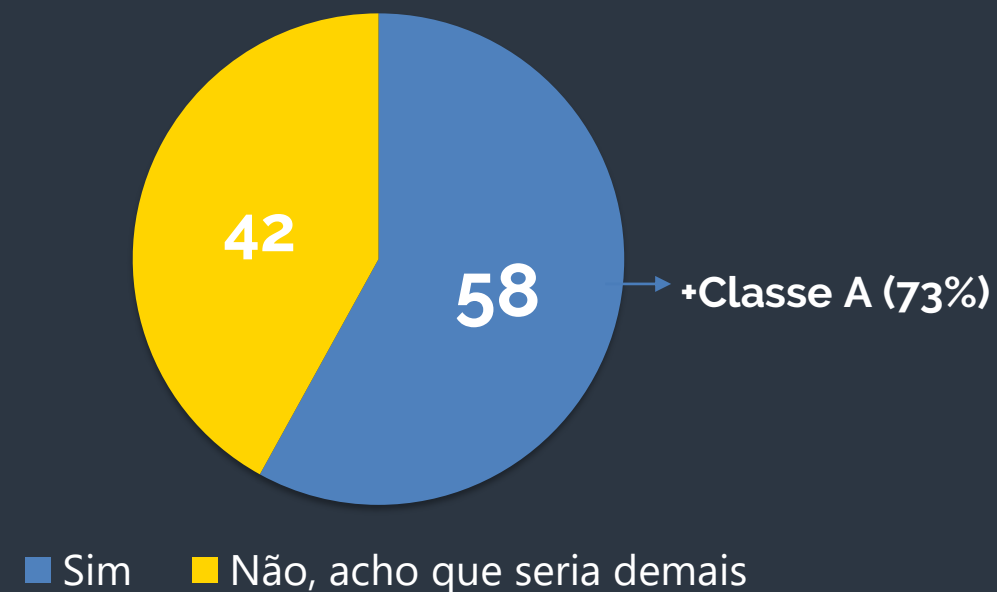
(%)

Composição do elenco



Assistiria mais de uma edição de BBB ao ano?

(%)



As opiniões se dividem sobre a presença ou não dos famosos, mas **9 em cada 10 preferem** que tenham **pessoas desconhecidas** do público na casa mais vigiada do Brasil.

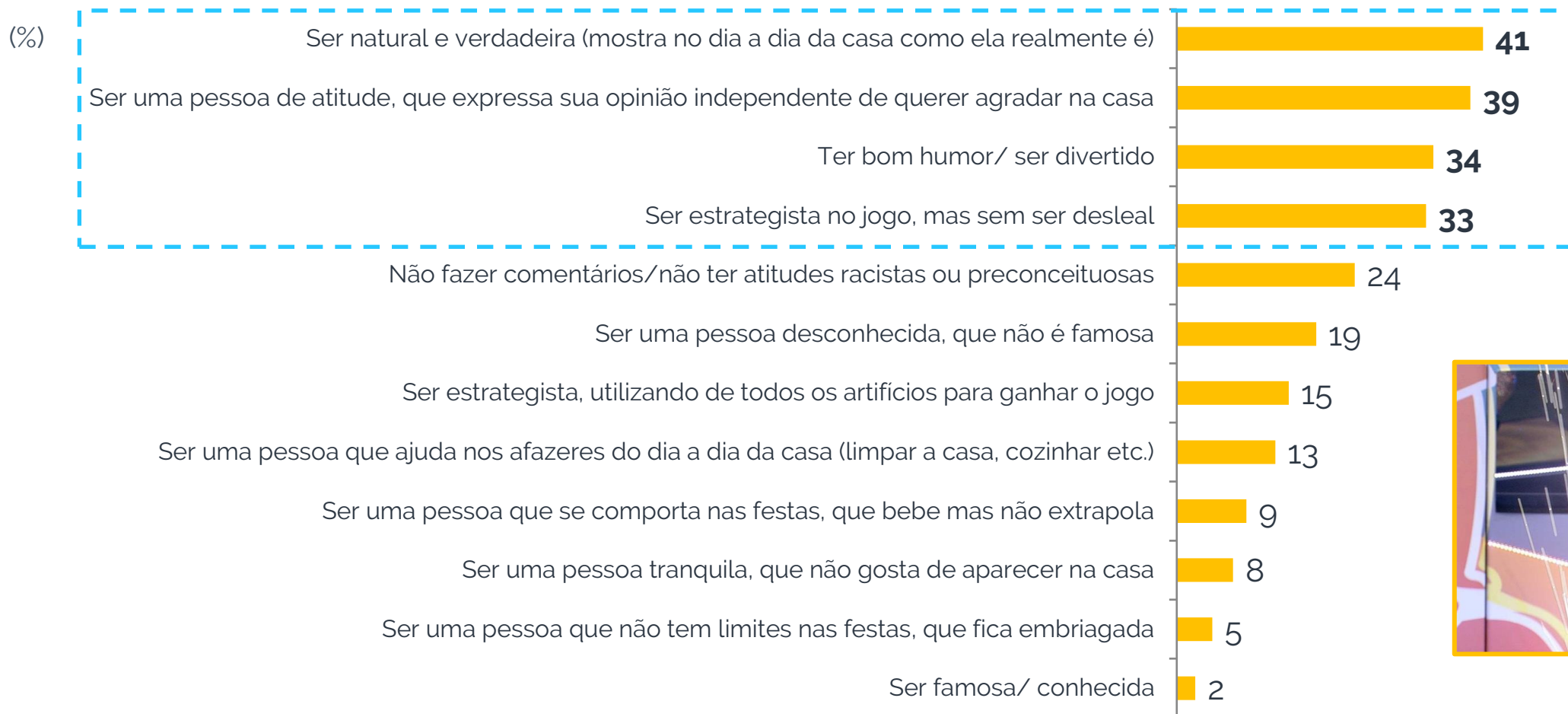
Além disso, a **maioria** é receptiva à **assistir + de uma edição por ano**, principalmente a **classe mais alta**.

Base: 1010 respondentes que assistem o BBB

12) Você prefere uma edição do BBB misturando famosos/conhecidos com desconhecidos ou uma edição apenas com desconhecidos?

13) Você assistiria mais de uma edição do BIG BROTHER BRASIL ao ano?

Autenticidade e **atitude**, são as principais razões para o público **torcer** por um participante, seguidas de ser **divertido** e **estrategista** - **mas sem “puxar o tapete” dos brothers.**



Não existe um consenso, mas a tendência do público é **lembrar das edições mais recentes** do programa.

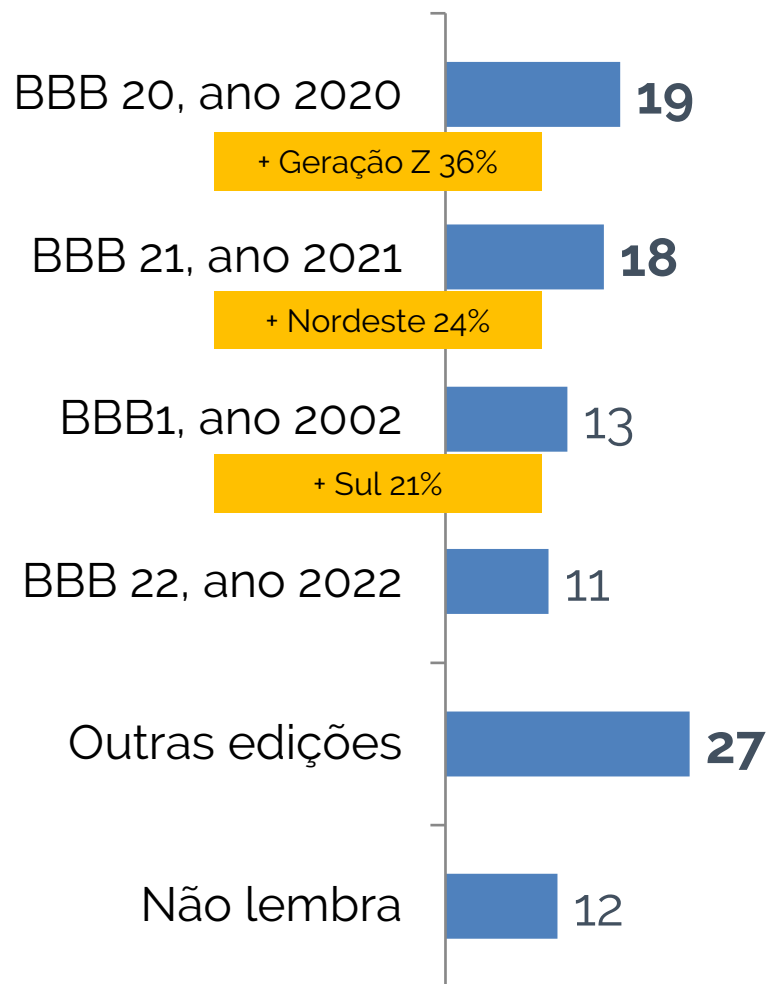
Entre os **sulistas**, a **primeira edição** também ficou na memória.

Já para os **nordestinos** a presença de **conterrâneos** contribuiu para tornar a edição de **2021 inesquecível**.



Edição memorável

(%)



Base: 1010 respondentes que assistem o BBB

8) Em sua opinião, qual edição do BIG BROTHER BRASIL foi a mais memorável, isto é, ficou na sua memória?



Casal memorável



25%

Diego Alemão, Fani e Íris (trisal) - BBB7



15%

Sabrina e Dhomini - BBB3



9%

Grazi e Alan - BBB5

Mas os casais das edições mais antigas, assim como os “barracos” envolvendo alguma sister são as mais inesquecíveis.

Briga memorável

18%

Tina batendo panela – BBB2

14%

Qualquer briga da Ana Paula – BBB16

12%

Calda do bolo – Juliette X Fiuk – BBB21

12%

“Não gosto do seu jeito” – Rafa Kalimann X Flay – BBB20

Base: Base: 1010 respondentes que assistem o BBB | Menções até 9%

9) Considerando todas as edições até o ano passado (2022), na sua opinião, qual casal ficou para a história do BIG BROTHER BRASIL? |

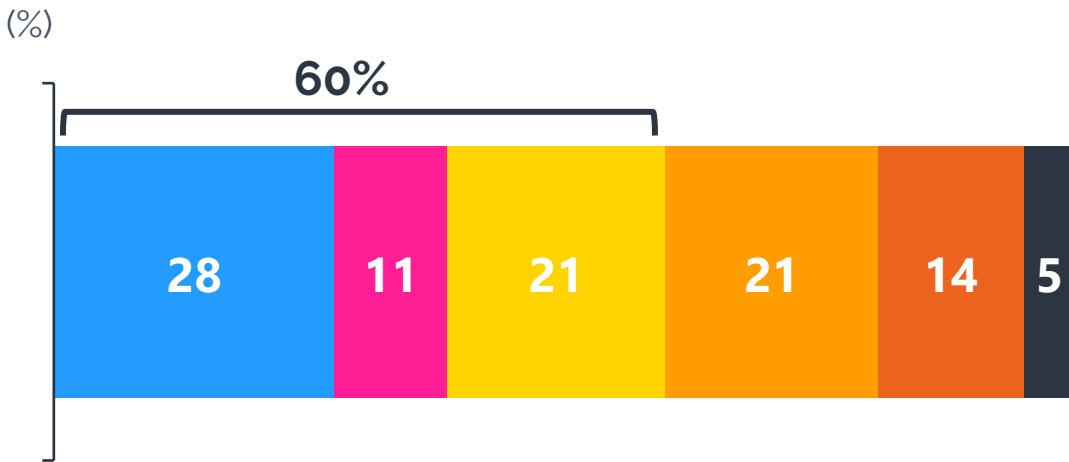
10) Considerando todas as edições até o ano passado (2022), qual foi a briga mais inesquecível de todas do BIG BROTHER BRASIL?

Plataformas utilizadas

	TV Globo	70%	<i>Citaram em média 2.</i>
	Instagram	34%	
	GloboPlay	27%	
	YouTube	19%	→ +Classe A (32%)
	Facebook	17%	
	TikTok	16%	
	Twitter	13%	
	Multishow	13%	→ +Classe A (29%)
	Canal BBB 24h 'no Pay-per-view	12%	→ +Classe A (26%)
	Podcast	3%	
	Outros	2%	

Canais pagos e Youtube mais acionados pela classe alta.

3 em cada 10 internautas acompanham o BBB23 todos os dias, principalmente pela TV aberta, seguida pelo Instagram, Streaming, outras redes sociais e canais pagos em 5º lugar.



- Todos os dias da semana
- De 6 a 5 vezes por semana
- De 4 a 3 vezes por semana
- De 2 a 1 vez por semana
- Menos de 1 vez por semana
- Não acompanho

Base Total: 1010 respondentes | Acompanham BBB23: 959 respondentes
 14) Agora pensando somente no BIG BROTHER BRASIL 2023 (BBB23), você está acompanhando o programa, mesmo que de vez em quando?
 15) Em quais plataformas você está acompanhando o BBB23? Você pode assinalar mais de uma opção: (RM)

BBB23

Tanto o **jogo da discórdia** quanto as **festas**, são **bem recebidas** pelo público, que acredita que **apimentam o programa**.

(%)

O Jogo da Discórdia movimentava os brothers e sisters?



Festas do BBB23...



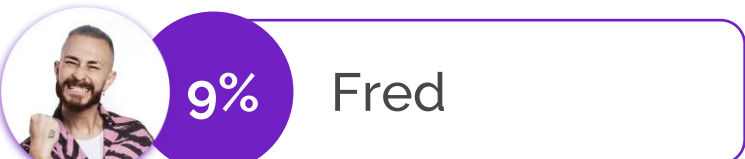
Participantes do BBB23

(%)  **Mais lembrados espontaneamente**



- 7% Amanda**
- 6% Fred Nicácio
- 6% Ricardo "Alface"
- 4% Larissa Santos
- 3% Aline Wirley**

 **Mais queridos**



- 7% Gabriel Santana
- 7% Fred Nicácio
- 7% Mc Guimê
- 6% Ricardo "Alface"
- 6% Domitila Barros
- 5% Larissa Santos
- 4% Aline Wirley**
- 9% Não tem preferência

 **Menos queridos**



- 6% Gabriel Tavares
- 4% Bruna Griphao
- 3% Larissa Santos
- 9% Ninguém que não goste

Base acompanham o BBB23: 959 respondentes
 Q16) Quando você pensa no BBB23, qual o(a) primeiro(a) participante que vem na sua cabeça? | Q17) Qual participante você MAIS gosta/gostou no BBB23? (RU) | Q18) E qual participante você MENOS gosta/gostou no BBB23? (RU)

Importunação sexual foi o tema que mais chamou a atenção para essa edição.

6 de 10 declaram que a expulsão dos participantes envolvidos foi a melhor decisão tomada pelo programa.

Embora, outros assuntos também estiveram presentes na casa, como a intolerância religiosa, racismo, preconceito, machismo e violência contra as mulheres.

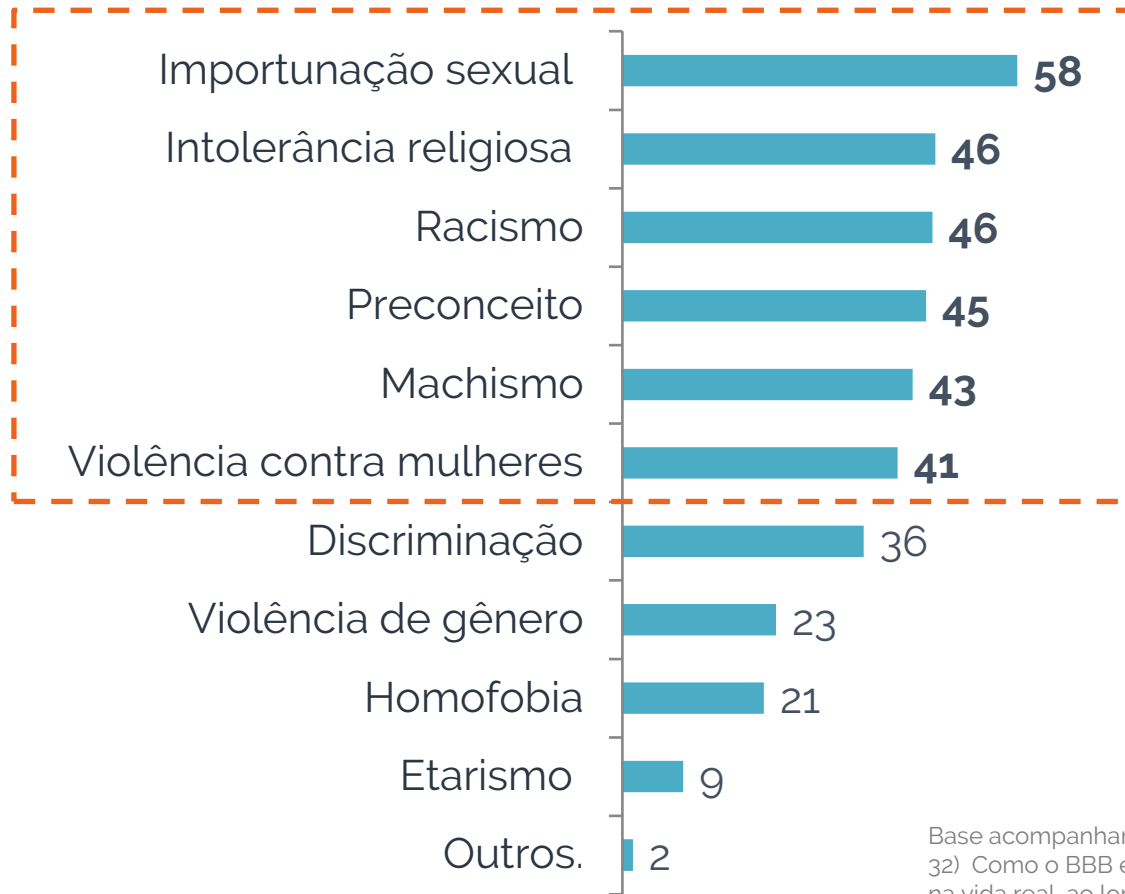


BBB23

Importunação sexual no BBB23 - Expulsão dos participantes

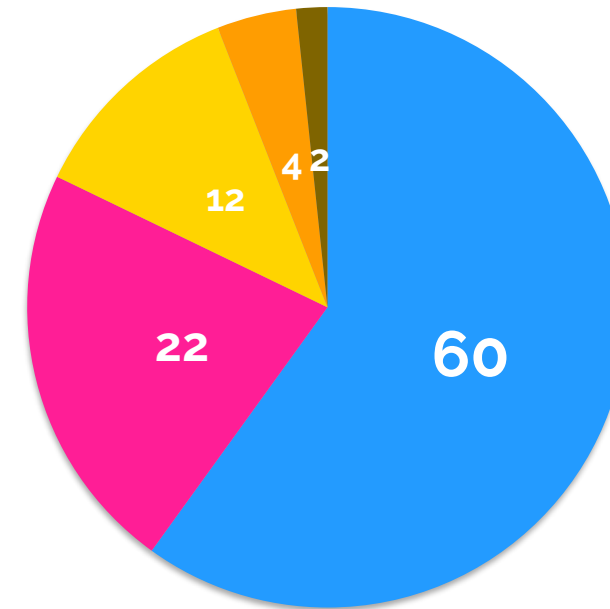
(%)

Quais pautas surgiram no BB23?



Citaram em média 4 pautas.

(%)



- Foi a melhor decisão a ser tomada
- Acho que a expulsão foi correta, mas a forma como foi feita eu não concordo
- Foi uma decisão exagerada
- Não sei dizer
- Não fiquei sabendo desses episódios de importunação sexual

Base acompanham o BBB23: 959 respondentes

32) Como o BBB é um Reality Show, ou seja, um gênero de programa de televisão baseado na vida real, ao longo das edições, sempre surgem, na casa, algumas pautas de assuntos que presenciamos também em nossa sociedade. Em sua opinião, nesta edição (BBB23), quais pautas você acredita que já surgiram? (RM) | 33) Recentemente, ocorreram dois episódios de importunação sexual no BBB23, que ocasionaram na expulsão de dois participantes. O que você achou dessa decisão? (RU)

The background image shows a modern, brightly lit interior space, possibly a lounge or reception area. The floor is covered in a large, colorful, abstract patterned carpet with wavy lines in shades of red, yellow, green, and blue. In the foreground, there are several decorative plants in vases. To the left, there's a white sofa and a small table. In the center, there's a white ottoman on a small stand. In the background, there are large windows with arched frames and a reception desk with a mirror above it. The overall atmosphere is warm and inviting, with a strong orange and yellow color palette.

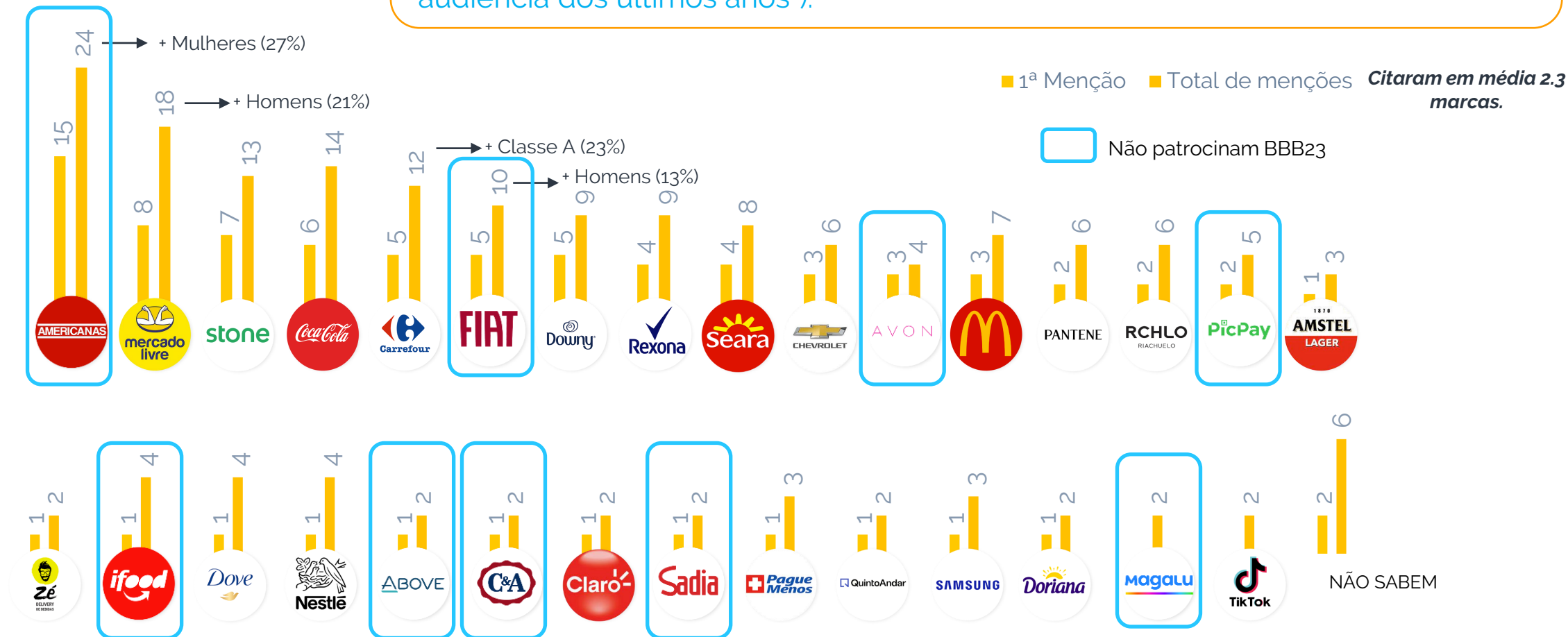
BBB23

Ações de Marketing
e Licenciados

Marcas Recall espontâneo

Apesar de ter retirado seu patrocínio na edição 23, **Lojas Americanas** desponta como a **marca mais lembrada**, seguida de **Mercado Livre** e **Stone**. Também presente algumas **marcas que participaram da edição de 2021** (maior audiência dos últimos anos*).

(%)



(*) Fonte: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/telinha/bbb-21-bate-recorde-de-audiencia-foi-edicao-mais-vista-dos-ultimos-11-anos-25005302.html>

Base acompanham o BBB23: 959 respondentes

21) Sabendo que as ações de marketing são estratégias para ampliar a mensagem de uma marca, aumentar o reconhecimento da empresa e aumentar as vendas de um produto/serviço. Qual a primeira marca que lhe vem à cabeça quando você pensa em empresas que realizam/ realizaram alguma ação no BBB23? (ABERTA) | Q22) Quais outras marcas você lembra que realizam/ realizaram alguma ação no BBB23?

Marcas - Recall estimulado

Quando estimulados, **Coca-Cola lidera** em 1º lugar, seguida de **Mercado Livre** e **McDonald's**.

A **Chevrolet** também está **muito bem posicionada** (levando em consideração que a FIAT patrocinou o BBB por 22 edições).



Citaram em média 8 marcas.

Base acompanham o BBB23: 959 respondentes

23) Das marcas abaixo, quais você lembra de terem feito alguma ação no BBB23 até agora? Assinale mesmo que já tenha citado nas perguntas anteriores (RM)

Cota Big: é a mais valiosa categoria de patrocinadores do BBB e, portanto, permite aos anunciantes maior tempo de exposição nas provas e dinâmicas da casa (Fonte Meio&Mensagem).

Marcas - Recall estimulado (cont.)



Citaram em media 8 marcas.

Base acompanham o BBB23: 959 respondentes

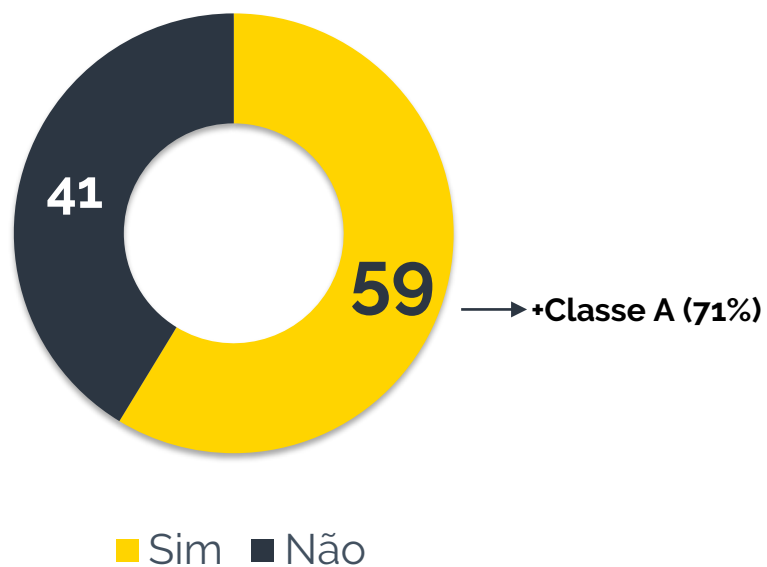
23) Das marcas abaixo, quais você lembra de terem feito alguma ação no BBB23 até agora?

Assinale mesmo que já tenha citado nas perguntas anteriores (RM)

A maioria do público BBB23 passou a consumir algum produto, após ser impactado pelas ações de marketing no programa.

Downy foi a marca que mais se beneficiou.

(%) **Passou a consumir algum produto/serviço que fizeram ações no BBB23?**



Base acompanham o BBB23: 959 respondentes | Passou a consumir: 564 | Menções até 4%. Q28) Você passou a consumir algum produto/serviço das marcas que fizeram ações de marketing no BBB23? (RU) | Q29) Quais foram esses produtos/serviços que você passou a consumir? (ABERTA).

Downy e Seara muito presentes nas **redes sociais** durante o BBB23.

Produto/serviço que passou a consumir.....

Downy	20%
Seara gourmet	12%
Coca - Cola	10%
Dove	9%
Rexona	8%
Mcdonalds	7%
Mercado livre	7%
Carrefour	7%
Pantene	6%
Amstel	5%
Nestlé	4%
Doriana	4%
Lojas Americanas	4%

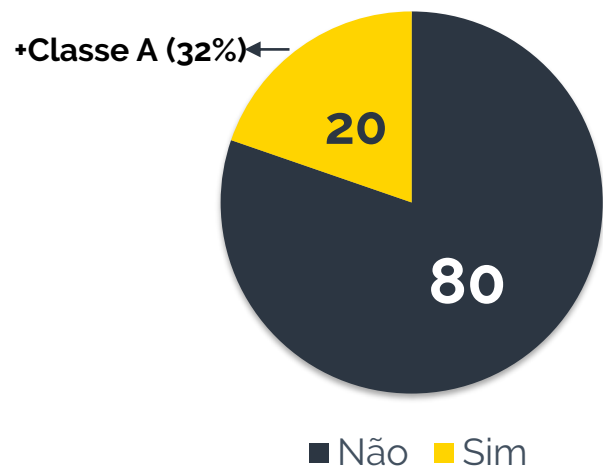
Produtos licenciados

2 em cada 10 pessoas **compraram** algum **produto licenciado**.

Os produtos mais adquiridos foram os de **uso pessoal**.

Você chegou a comprar algum produto oficial BBB23?

(%)



Produtos adquiridos.....

Garrafinha térmica	38%
Capinha de celular	29%
Roupão do líder	24%
Mala/ mochila/ Necessaire	19%
Almofada/ capa de almofada	16%
Luminária de led	15%
Colcha/ lençol/ edredom	14%
Avental de cozinha/ pano de prato/ luva de cozinha	14%
Álbum de figurinhas	12%
Móvel para área externa	8%
Escultura	4%

Citaram em média 2 produtos

Base acompanham o BBB23: 959 respondentes | Comprou produto licenciado: 189 Q30) Atualmente é possível adquirir alguns produtos licenciados do BBB, você chegou a comprar algum produto oficial BBB23? (RU) | Q31) Qual(is) produto(s) licenciado(s) do BBB23 que você comprou? (RM)

Obrigado

Daniela C. Daud Malouf

Sócia-Diretora

+55 11 99983-6883

daniela@institutoqualibest.com.br

Cintia Vieira Afonso

Comercial

+55 11 99145-1979

cintia@institutoqualibest.com.br